



HOW  
TO  
BE

**AN INBoUND**

— STUDENT ACTIVITY —

# TABLE OF CONTENTS

<b>AUTHOR</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>4</b>
<b>CH. 1</b> : Inbound Marketes ازاک تجیب	<b>8</b>
<b>CH. 2</b> : Inbound بس Fundraising ازاک تعمل	<b>27</b>
<b>CH. 3</b> : Inbound Student Activity ازاک تبقی	<b>49</b>
<b>CH. 4</b> : Student Activity Super Leader ازاک تبقی جوه ال	<b>62</b>
<b>CH. 5</b> : ازاک تبقی Member الشغل مینفیش من غیره	<b>91</b>

# AUTHOR

••• أنا احمد خالد •••



Head Of Content At School Of Marketing

Marketing Director At X PROJECT

حب الشعر والكتابة وحب الMarketing ولما ضربت الكتابة وال  
Marketing فى الخلاط بتاع دماغى إكتشفت ان الContent  
marketing هو ال Career بتاعى اللي قررت أقضي فيه ال  
10 سنين اللي جايين من حياتي.

الvision بتاعتى انى ابقى من احسن الContent marketers  
فى العالم



## احنا ليه عملنا ال e-book ده

الMission بتاعتنا في School of Marketing  
هي اننا نغير الطريقه اللي المصريين بيعملوا بيها  
marketing

يعني احنا كلنا عايشين في School عشان الهدف ده , و لما  
جينا فكرنا ايه اكثر Segment لو ركزنا معاه نخدم الMission  
بتاعتنا , و كانت الاجابه انتوا , الشباب اللي لسه في الجامعه بس  
قرر انه مش هيكسل و يلعب , قرر انه يبتدي يطول غير الدنيا  
من و هو لسه طالب و صفات تانيه كتير بس المهم ان الشخصيه  
دي هي المكون الرئيسي لأي Student Activity , و عشان  
كده احنا قررنا اننا هنركز مع الStudent Activities بشكل  
خاص و بال non-profit عموماً.

ندخل في الكتاب نفسه, هو ممول عشان يساعدك تطبق  
Inbound Marketing علي Student Activity اللي  
انت فيه

معلومه: Inbound Marketing متفصل للNonprofits  
والTraining Centers



## الـ e-book ده معمول لمين

الـ e-book ده معمول لكل الناس اللي بيشتغلوا فى الـ student activity من اول الـ founders لحد الـ members لكل الناس اللي شغالين فى كل الـ committee او الـ section او الـ department جوال الـ organization مش بس اللى مسئولين عن الـ marketing و الـ fundraising لأن كل واحد جوال الـ organization لازم يكون بيتعامل و بي فكر inbound marketing

خلي بالك الكتاب ده Chapters 5 في منهم بيتكلم علي  
Inbound Concept بطريقه مباشره و منهم chapters  
هتعلمك ازاي تبني Student Activity جاهز انه يشتغل  
Inbound و مقصدهش Inbound Marketing بس  
انا اقصد Inbound في العموم سواء في Marketing او  
في Sales او في HR او اي حاجه في الدنيا  
كل الفكره انك ديمًا بتضيف Value في الحاجه اللي انت  
بتعملها , ديمًا عايز تفيد قبل ما تستافيد , مبتحبش تقول Ads



CH.  
01

— اِزای تجیب —

**INBOUND MARKETERS**



منطقيا قبل ما تبتدى تشوف هتنفذ inbound marketing عندك فى ال organization إزاكى , لازم يكون عندك perfect inbound marketers ببساطه مينفعش تفكر تسافر من القاهره لأسوان بعريه 128 , لازم يبقا معاك Inbound Marketing Team يقدر يوصلك .



والسؤال هنا إزاكى تبني inbound marketing Team فى ال Student Activity بتاعك

طيب بالنسبة للـ inbound marketers إيه الحاجات اللي  
المفروض تكون فيه بقى ؟

فى الـ inbound marketer فى 3 انواع من الـ skills لازم  
تركز عليهم :

**PERSONAL SKILLS 1**

**MARKETING SKILLS 2**

**SPECIAL SKILLS 3**

انت ممكن تزود على الـ skills دي طبعاً بما يتناسب مع احتياجاتك  
و شخصية الـ organization بس من وجهة نظرك دي  
الحاجات الاساسية اللى لازم يكونوا موجودين فى اى inbound  
marketer لأن انا نفسى كنت قرأت عن الموضوع ده قبل كده  
بس لما جيت انفذه زودت عليه حاجات غير اللى قرأتها فا ده  
يعتبر الـ best practice بالنسبالى .

---

# PERSONAL SKILLS

# 1

## Creative

مينفعش marketer يبقى مش creative أصلاً .. الـ marketer أصلاً ساحر و لازم دماغه تكون شغالة دائماً و مليانه أفكار محترمة و دائماً يخلق حلول .

و دى ممكن تقيسها فى الـ interview من خلال إنك تخليه يقولك فكرة campaign مثلاً .. أو تديله ورقة فيها شخبطات مرسومة ملهاش علاقة ببعض و تقوله يطلعك منها رسمة مفيدة .

# Inquisitive self-learner

لازم inbound marketer يكون فضولى .. بيجب ميسبش حاجه مش عارفها .. ومش بس بيجب يعرف لآ ده كمان مبيتناش حد يقوله المعلومة ده بيروح يدور عليها بنفسه و يتعلمها .. فى عالم marketing و social media بتظهر updates كل يوم .. و يمكن كل ساعة كمان وعشان كده لازم يبقى بيسأل و بيتعلم كتير .. و على رأى اتصالات اللى مبيجددش بيختفى D:

ودى ممكن تقيسها فى interview من خلال انك تسأله على اخر حاجة اتعملها بنفسه او تسأله عن اكثر موضوع شاغل دماغه فى الحياة عشان تشوف هو بيجب يفكر و يعرف ولا لآ .. زى مثلا ما تساله هو ليه التفاحة اللى مرسومة على الـ logo بتاع شركة apple مش تفاحة كاملة .. وده عشان تشوف هو بيشغل باله بالحاجات دى و بيجب يعرف ولا لآ .



# Decision Maker

الماركتير وهو شغال وارد جدا

تظهر له مفاجآت ممكنش متوقعها ولا حاططها فى ال plan بتاعته وهو شغال و فى الحالة دى لازم ياخد قرار سريع عشان ينقذ الموقف

ودى ممكن تقيسها فى ال interview من خلال انك تسأله على موقف كان محطوط فيه وكان لازم ياخد قرار سريع .. بس انا شايف ان اى حد ممكن يقول اى حاجة فانت ممكن تحطه فى موقف تخيلى لازم ياخذ فيه قرار وتشوفه هيتصرف ازاى .

# Risk Taker

بما أن محدش بيتعلم غير من التجارب .. لازم ال inbound marketer لازم دايما يجرب افكار جديدة وبما ان التجارب الجديدة مبتقاش مضمونة ومبتقاش عارفين هى هتفشل ولا هتنجح

فا عشان كده لازم يكون Risk Taker ومبيخافش من الـRisk  
ودى برضه ممكن تقيسها فى الـinterview من خلال انك تحطه  
فى موقف فيه risk وتشوف رد فعله (مش سهله) .

## Supporter of the Mission

بما اننا بنتكلم عن الـ student activity يعنى الـ inbound  
marketer ده غالبا مش هيكون بياخد فلوس  
طيب ايه اللي ممكن يخلى حد يجى يشتغل وهو عارف انه مش  
هياخد فلوس غير انه يكون مؤمن بالـ mission بتاعة المكان ؟  
فى اى position مش شرط الـ marketer حاول دايما تاخد الناس  
الى مؤمنين ومصدقين فى الـ mission بتاعة المكان عشان هم  
دول اللي هيشغلوا بأقصى طاقة عندهم  
ودى ممكن تقيسها فى الـ interview من خلال انك تسأله  
عن ايه الـ value اللي هو عايز يقدمها فى مجال شغل الـ

organization دى .. وده عشان تعرف هو اصلا مهتم بالمجال  
الى الـ organization بتنفذ فيه الـ mission بتاعتها ولا لا .

# Adaptable

الـ inbound marketer لازم يكون

مرن و بيتكيف مع اى موضوع و بيعرف

يتصرف مع اى مشكلة لأن زى ما قولنا ممكن هيقابله مشاكل  
كثير و مفاجآت ممكنش متوقعها فا لازم يتكيف معاها و يحلها  
بطريقة creative و ممكن كمان يبقى شغال على حاجة و يلاقى  
نفسه عشان يعملها محتاج يشتغل على حاجة تانية .

و دى ممكن تقيسها فى الـ interview من خلال انك فى نفس  
الوقت اللي هتكون حطيت فيه Risk عشان تشوف هيتعامل  
ازاي تكون مجهز Risk من نوع تاني خالص يلقيه قدامه اول ما  
يتعامل مع الاول .



انا عارف ان الكلام ده صعب و مبقلكش تاخذ في ال Interview  
10 ساعات , انت ممكن توصل للي بقولك عليه بسهولة جداً بس  
متعقدهاش علي نفسك

## Inspirational

لازم يكون عندك inbound marketer مُلهم و بيعرف يحمس  
الناس .. مش مجرد الناس اللي جوا ال team لأ ده ممكن يكون  
شغلته الاساسية انه يعمل content يحمس الناس في انهم  
يتبرعوا لل organization او يتطوعوا فيها, وعشان كده دى  
نقطة مهمة جداً في اى inbound marketer هيكون في  
student activity .

ودى ممكن تقيسها في ال interview من خلال انك تسأله عن  
اكثر حاجة شجعتة انه يقدم في المكان ده .. لأنه لو عنده سبب

ليه علاقه مباشره بالMission بتاعت الStudent Activity  
(اللي لازم تكون موجوده و بتنفذ) ساعتها هيعرف يقوله فى  
الcontent اللي هيطلعه ويقنع بيه الناس تنضم للمكان و يآثر  
فى ثقافتهم

# MARKETING SKILLS 2

انا هنا مش هتكلم عن الـ marketing knowledge اللي المفروض تكون عنده لأن ده الطبيعي ده inbound marketer يعني مش محتاج اقول ايه المعلومات اللي المفروض تكون عنده بس انا هتكلم عن الحاجات اللي تساعد في انه يستخدم الـ knowledge اللي عنده



## Writing

الكتابة شيء مهم جدا بالنسبة لأي Inbound Marketer الـ Inbound Marketing Methodology اصلا بتعتمد على الـ content marketing فا لازم يكون بيعرف يعمل content كويس او يكتب E-books و Articles

•

وڊى ممڪن تقيسها فى interview من خلال انك تسأله  
عن ايه الحاجات الاساسية اللى المفروض تكون فى اى piece  
of content مثلاً بس ده طبعا فى ال Lala Land لأنك مش  
هتلاقي (فى الاغلب) Content Creator متعلم جي يدخل  
Marketing team بتاعك , بس ممكن تلاقيه موهوب و ده  
تقدر تعرفه بكل سهوله , ال FB Account و ال Twitter بتاعه و  
مش محتاج اقولك تعمل ايه عشان  
تعرف ال Writing Skills  
بتاعته ايه اخبرها.

# Ability to Learn Fast

الـ Marketer في الزمن ده بقي شغلته انه يآثر في حياة الناس و يطور الدنيا و ده في الاغلب مبيحصلش الا عن طريق العلم و التعليم و ده عشان الـ Marketer يقدر يستخدمه محتاج انه يتحول لممكنه تَعَلَّم سريعه و مبتقفش و ده بقي بتفرق من شخص للتاني

والتاني ده اللي مقتنع ان التَعَلَّم ممكن يقف في فتره معينه و انه مش لازم يتعلم بسرعه لأن كده كده العلم موجود , الشخصيه دي حاول تصطادها و تستبعداها في اسرع وقت

و دي ممكن تقيسها في الـ interview من خلال انك تسأله عن اكثر حاجة اتعملها و كانت صعبة او احسن

طريقة بيدب يتعلم بيها وده  
بيخليك تعرف قدرته على  
انه يتعلم عاملة ازاى .

# Ability to TEACH

لازم inbound marketer يكون عنده القدرة على انه يعلم  
الناس عن طريق الـ Content Marketing  
خلي بالك يعلم مش يترجم و مش ينقل .  
ودى ممكن تقيسها فى الـ interview من خلال انك تخليه  
يعمل presentation عن حاجة هو عارفها .. او تخليه يشارك  
موضوع معين عشان تعرف قدرته على الشرح عاملة ازاك .

# Industry Understanding

لازم يكون فاهم كويس المجال الـ organization شغالة فيه  
عشان يعرف يبدع فيه بأفكاره ويعمل content يقدر من خلاله  
يحبب الناس فى المجال ده اكثر و يعمل community بيحب الـ  
organization و بيحب مجالها

ودى حاجة ممكن تقيسها فى الـ interview من خلال انك  
تسأله عن اشهر الناس فى المجال ده .. او تسأله عن اخر updates  
ظهرت فى المجال ده وهو لو مهتم أكيد هيكون عارفها

# Events and Campaigns planner

بما ان student activities مبدخلش فيهم جزء sales الى هو مرحلة من مراحل inbound marketing فلازم inbound marketer يعوض ده من خلال انه يعمل campaigns و events تشتغل على fundraising ( هنتكلم عن الجزء ده بالتفصيل في chapter 2 ) .

و النقطة دي مهمة جدا في inbound marketer بالنسبة لـ nonprofit organizations و عشان كده لازم تسأله في الـ interview عن افكاره لزيادة fund و ازاك ممكن يعمل plan لـ event عشان يجيب منه fund .



# SPECIAL SKILLS 3

ال special skills دى حاجات بتميز inbound marketer  
عن inbound marketers الباقيين  
ودى معتبرش حاجات اساسية بالنسبة لـ marketer لأنها  
مبتكونش ضمن شغله الاساسى و بيبقى فى حد تانى المفروض  
هو اللى يعمل

زى مثلا انه يكون بيعرف يشتغل على ال Photoshop .. وده  
بيساعده فى انه لو عايز يعمل design معين بسرعة يعمل لنفسه  
و يطلع فيه افكاره زى ما ه فى دماغه لأن اكيد ال designer  
مش هيدخل جوا دماغه و ينفذله بالمظبوط .



او مثلا انه يكون بيعرف يتكلم قدام ناس كثير  
فى public speech عشان يدي session  
مثلا

زى ما قولتلكوا الحاجات دى كلها ممكن  
تغيروا فيها و تزودوا عليها بس هى بشكل  
كبير حاجات اساسية ممكن تقروها فى أكثر  
من مكان بأكثر من طريقة بس اهم حاجة  
تستخدموها بالطريقة اللى تناسبكوا و حسب تجربتكم

انا عن نفسى زودت الـ self learner والـ risk taker لانى  
اكتشفت انى دايما بكون كده ونا شغال فى الـ marketing  
و زودت الـ Industry Understanding لانى الـ marketing  
director فى student activity اسمه x project بيهتم  
بفكرة الـ Entrepreneurship بس , ودى حاجة مش منتشرة  
و مش معروفة اوى فى مصر فلقيت ان لازم الـ inbound  
marketer يكون عارف عن المجال اللى الـ organization  
هتشتغل فيه عشان يعرف الـ market صح



— ازاك تعمل —

**INBOUND** بس **FUNDRAISING**



بعد ما عرفنا ازاى يبقى عندنا inbound marketers فى الـ student activity بتاعنا احنا لازم دلوقتي نخلي الـ organization كلها بتفكر و بتعامل و بتتصرف inbound marketing مش بس الـ marketing committee و خلينا متفقين ان الـ student activities من اسهل الـ organizations اللى ممكن يتطبق فيها الـ inbound Marketing Methodology زي ما قلنا قبل كده وده لأن اصلا الـ student activities قائمة على فكرة انها بتعلم الـ members و الـ trainees بتوعها و الـ delegates فا هى بتضيف real value

ده غير انها لما بتعمل recruitment و event الناس بيحطوا information كتير عنهم زي الـ emails و ارقامهم و دى حاجة ممكن تستفيد منها فى انها توصلهم اسرع و بشكل

اقوى



خلونا نبدأ بأول مرحلة فى Inbound Marketing  
Methodology ونشوف ممكن نستخدمها ازاى فى الـ  
: student activity

1

مبدأيا لو اتكلمنا عن تنفيذ  
مرحلة attracting اللى  
بنحول بيها الـ strangers لـ  
visitors

دک ممکن نتکلم بیها من خلال طریقتن :

ONLINE

1

ONGROUND

2

الطريقة الأولى

الonline ممکن تتم من خلال social media بتاعة ال  
: student activity

من خلال انه مثلا يعمل Engagement Content ال soft  
articles عن موضوع يهم جزء كبير من target audience  
بتوعه عشان يبتدک يجذبهم ليه و يحبوا الموضوع اللى هو  
عامله فا يجوا يشوفوه هو مين و بيعمل ايه و يبتدوا يدوا له  
permission زک الlike على الFacebook-page الخاصة بال  
student activity الfollow على الTwitter account



## الطريقة الثانية

الـ On-ground من خلال الـ booth بتاع الـ student activity  
مثلا :

اكيد كلنا عارفين المرحلة بتاعة الـ recruiting اللى الـ members  
كلهم بيتدوا يروحوا يكلموا الناس عن الـ student activity اللى  
هم فيه و يداولوا يقنعوهم ينضموا له وكده .. بس لازم نبقى  
متفكرين ان ده interruption marketing ملوش علاقة بالـ  
inbound marketing خالص

لأننا بنروح لناس كتير من غير ما نبقى مهتمين هم اصلا عايزين  
يسمعونا ولا لا .. و هم اصلا مستعدين انهم يسمعوا حد ولا احنا  
هنفضل نتكلم وهم مش فايقين فا هيفضلوا يهزوا دماغهم  
وخلاص !

لكن بقى تخيلوا ان الـ booth بتاعنا فيه حاجة attractive جدا

ومش موجودة فى اى booth تانى .. فيه purple cow من  
اللى اتكلمنا عنها كثير .. فيه مثلا جنبه حاجة هتتهم الناس انهم  
يجوا يعرفوها و يسألوا عليها و يسالوك انت مين كمان اكيد  
او يبقى فيه show بيتعمل related لل student activity و  
لل booth بتاعه .. ساعتها الناس هى اللى هتيجى عشان تسال و  
تعرف و بما ان هم اللى جم بنفسهم فا هم على الاقل سابلوك  
permission انك تكلمهم عنك فا ساعتها هتكلهم عنك و  
ممكن تطلب منهم يعملوك like او follow او تطلب ال Email  
بتاعهم عشان تقدر توصلهم تانى .. وهم لو حبوك و حبوا الكلام  
اللى انت بتقوله هيسيبوك permission بسهولة جدا , و ده  
هنتكلم عليه في الجزء اللي جى

ودلوقتى بعد ما خلصت  
ال attracting و حولت  
ال visitors ل strangers



# 2

ازای ممکن نحول الـ visitors  
لـ leads و ننفذ مرحلة الـ  
converting اللى موجودة  
فى الـ inbound Marketing  
Methodology بس بطريقة  
تنفع لـ Student Activities

مبدأيا كده يعنى ايه lead اصلا ؟

الLeads هما الناس اللي

بيبقى معاك الData بتاعتهم ..

من اول رقم التليفون للe-mail

طبعا يكونوا هما اللي مديينك الData دى

مش شاريها مثلا من حد تانى

و فى نفس الوقت هما بيدوك الData

دى وهما عارفينك وبيحبوك لانهم عارفين

انك هتفيدهم فيما بعد

طيب تمام يعنى احنا فى المرحلة دى محتاجين اننا نشتغل على حاجتين :

1 نحب ال visitors فى ال student activity و نقنعه نقدمه ال Value اللي تخليه يدينا ال Permission اللي احنا عايزينه

2 نداول نجمه Data عنهم عشان نعرف نوصلهم بطرق كتيرة عشان نقوى علاقتنا بيهم بناءً على المعلومات اللي عرفناها عنهم

طيب مبدأيا احنا ممكن نحب ال visitors فين و نقدمهم Value ازاي؟

الموضوع ده كمان ممكن نشتغل عليه on ground و online



# SOCIAL MEDIA

A

ده يحصل من خلال اننا نبتدى نعمل الـ Educational Content عن المجال الخاص بينا الى يعملهم حاجة هم محتاجين يعرفوها جدا و هتأثر فى ثقافتهم و هتغيرها للأحسن وده ممكن يطلع فى صورة educational heavy articles و videos و e-books بتشرح حاجات فى الـ industry الى شغالين فيه

غير طبعا الحاجات الى ممكن تفيدهم عموما زى الـ articles و الـ tips الى بتعرفهم ازاى يعملوا C.V بشكل كويس و ازاى يادوا كويس فى الـ interviews و videos بتشرح soft skills مثلا تفيدهم خصوصا ان الـ target audience بتوع الـ student activities بيكونوا من طلاب الجامعة الى محتاجين كل المعلومات دى دايما

و في المرحلة دي ممكن نأخذ الـ data اللي محتاجين نعرفها عنهم من خلال مثلا اننا نطلبهم application مطلوب فيها معلومات معينة عشان يعرفوا ينزلوا الـ e-book او يتفرجوا على الـ video واحنا نبتدي نستخدم المعلومات دي بعد كده في اننا نقرب منهم اكثر

## Blog B

و الموضوع ده انت مش محتاجه دلوقتي، اقرا chapter اسمه «  
اوعي تعمل Blog» في الـ eBook الاول بتاعنا

How to Transform Yourself To an Inbound Marketer

ممكن نعمل sessions بنشرح فيها soft skills زي ال :

( presentation skills , time management , negotiation )  
( .. skills , etc

او ممكن نتكلم عن حاجات محددة محتاجينها ال Buyer Personas  
بتوعنا

او نعمل free events بنتكلم فيهم عن حاجات في المجال بتاعنا  
زي مثلا ال student activity اللي انا بشتغل فيه هو قايم على  
فكرة ال entrepreneurship و عملنا free event اسمه مشروع  
ال entrepreneur speakers كانوا بيتكلموا عن تجاربهم في المجال  
ده و بينصحو ال audience نصايح في ال entrepreneurship .

و طبعا كان فى application لازم يملوها عشان يقدرُوا يحضروا ال  
event و application كان مطلوب فيها معلومات عنهم زى  
الemail و رقم الموبايل والكلية اللى هم فيها و دى كلها تعتبر  
audience permissions بيدوها لنا و احنا بنقدر نستخدمها بعد  
كده عشان ننقلهم لمرحلة الclosing

# 3

طيب دلوقتى حسب inbound  
marketing Methodology  
المفروض اننا فى مرحلة ال  
closing اللى بنحول فيها ال  
leads اللى عندنا customers



طيب ازاي هيبقى عندنا customers لـ student activity اصلا  
اذا كان مفيش product

## هنا ممكن نقول اننا بنحول الـ leads لـ supporters

و الـ supporters بيبقوا نوعين

نوع هيا support المكان بانه يتطوع فيه ويبقى member بيطول  
يفيد المكان بأى طريقة و فى اى position و ده بيدفع وقت و  
مجهود

و نوع تانى بيا support من خلال انه بيزود الـ fund بطريقة الـ  
inbound وهو ده بديل الـ sales فى الـ inbound marketing  
for Nonprofits

طب و هما هييقوا supporters و يزودوا ال fundraising ازاى ؟  
قصدى يعنى هيدفعوا فلوس ازاى و هيدفعوها فى ايه

ده ممكن يحصل من خلال حاجتين ..

## 1 ان ال supporter يدفعك فلوس

تعالوا نتخيل لو فى page بتاعة student activity بتتكلم عن  
ال marketing و خلوك تبقى lead .. و استمروا فترة يعملوك  
marketing على ال page و بعدين قررنا يعملوا event فيه  
speakers بيعلموا marketing و ال event بفلوس .. انت اكد  
هتروح ال event عشان تستفاد و ساعتها هتدفع الفلوس اللى هتزود  
ال fund بتاعهم

او ممكن مثلا تعمل events كثير ببلاش لحد ما الlead يبقى مقتنع  
انك thought leader (يعني اتقل Expert في الحته بتاعتك) و  
بتفيده ديما و بعد كده ممكن تعمل videos بس عشان ياخذها لازم  
يدفع مبلغ معين حته لو قليل

وده معناه انك تخلي supporter من كتر حبه فيك يشترى ال  
products بتاعتك من غير ما انت تزن عليه عشان يعمل كده  
هو من نفسه اول ما يلاقى عندك حاجة بتتباع هيجى يقولك انا عايز  
ادفع فلوس عندك عشان انت بتفيدني دايمًا

## 2 ان ال supporter يوفرك فلوس

ايه ده ازاك ممكن يوفر فلوس !

الفكرة هنا ان الفترة بتاعة الrecruitment بتبقى فترة مرهقة جدا  
بالنسبة لأك student activity من ناحية المجهود اللي بيتبذل في

ushering و فى صناعة booth  
و كمان من ناحية الفلوس اللى بتتدفع على booth وال banners  
والحقيقة ان لو student activity اشتغل inbound marketing  
صح هيبقى عنده فرصة كبيرة فى انه يعمل online recruitment  
على social media و supporters بتوعه اول ما يلاقوه فتح  
الrecruitment هيروحوا يقدموا على طول و مش هيتاج انه ينزل  
هو يدور على ناس و يعمل booth يكلفه فلوس كتير و ده طبعا  
لأن اللي هيبقى شغال Inbound Marketing فى الاغلب هيكون  
شغال Inbound HR

أيه؟

بص تعالى منخرجش من الموضوع بتاعنا و متقلقش من موضوع ال  
Inbound HR ده هغطه لك بعد كده

المهم بكد ال supporter بيوفر فلوس لل SA و ده بيزود ال fund

لأن الفلوس اللي كانت هتتدفع فى ال on ground recruitment  
هتتصرف فى حاجة تانية



لما تجيب ال target بتاعك من online recruitment ده بيبقى  
احسن لأن بيجيك ناس فاهمة اصلا يعنى ايه student activity  
وناس سمعوا عنك قبل كده و أخذوا منك Value (ده لو انت شغال  
Content Marketing صح) و ناس عندهم خبرة أكثر من الناس اللي  
بيجوا من ال on ground recruitment

دلوقتى بعد ما عرضت ازاى ال leads ممكن يتحولوا ل supporters  
هندخل فى مرحلة ال delighting

# 4

ففى المرحلة دى  
بنحول الـ supporters  
لـ promoters

مرحلة delightful دى هى المرحلة اللى المفروض ندلع فيهم  
الـ supporters بتوعنا عشان يتحولوا لـ promoters وده بيحصل من  
خلال اننا نعمل حاجة فوق توقعات الـ supporters فا يبتدوا من كتر  
حبهم فينا يتكلموا عننا فى كل مكان

**مثلا** نعمل campaign على الـ social media بنتكلم فيها عن  
احسن members كانوا موجودين فى الـ student activity  
او نعمل للـ supporters بتوعنا اللى اشتروا الـ products بتاعتنا  
او حضرولنا الـ events نخليهم يجاؤا ونعملهم event لو حد هم كل واحد  
يتكلم عن الـ experience اللى عاشها مع الـ student activity  
بتاعتنا

و اصلا اى member فى student activity مهمان ال position  
بتاعه لو استريح فى المكان بيتكلم عنه كويس بس مع عدد قليل و ب  
Passion عادى بس لو ادلع و من قبلها حصل معاه كل اللي فوق  
ده هو هيبقى عنده الكلام عليك متعه و هيتكلم مع عدد اكر من  
صحابه و كل اللي يعرفهم عشان بيبقى فخور انه من المكان ده

بس ده فى حالة ان المكان بيشتغل inbound  
marketing صح

من الاخر هو مش معب خالص تطبيق inbound marketing على  
student activities بس لازم يكون فعلا هو student activity  
مهيء لكده و عنده اساس ال Modern Marketing اللي هو ال  
Transformation mission


فى ال chapter اللي جى هتكلم عن ازاى ال student activity  
يبقى بيتصرف ب inbound way و يكون عنده purple cow.






— اِزایِ تبقی —

**INBOUND STUDENT ACTIVITY**



chapter ٥٥ لأى حد لسه بيفكر يعمل student  
activity و founders او president فى student  
activity معمول already  
وده لانه فيه نظرة من فوق تخص brand management  
للـ student activities, نظرة من فوق يعنى نظرة على  
تكوين الـ student activity اصلا و الـ image بتاعته  
و هتكلّم عنهم فى 7 خطوات اساسية لو خدت بالك منهم  
و ركزت عليهم وانت لسه بتـ create او بتدير student  
activity هيبقى سهل عليك جدا انك تعمل inbound  
marketing



# BE1 REMARKABLE

## يعني خليك مدهش

دلوقتي فكرة student activities بقت منتشرة جدا عن زمان .. ومعظم student activities بيشتغلوا على نفس الفكرة و نفس concept تقريبا .. و الحاجات اللي بيعلموها و sessions و workshops بقت شبه بعض في كل student activity و دي حاجة حلوة ووحشة في نفس الوقت .. حلوة طبعا لأنها في النهاية كلها حاجات بتفيد الطلبة و بتقدم value حقيقة لكن وحشة بالنسبة لاي student activity عايز الطلبة تقدم فيه اكر و يبقى سمعته حلوة في الجامعة و مشهور

وعشان كده لو بتفكر تعمل student activity شبه student activity او بتفكر تقدم نفس ال-value الى بيقدّمها يبقى متعملوش احسنك .. حتى لو انت مش فى نيتك انك تقلده .. بس صدقنى و عن تجربة لو انت و student activity تانى بتقدموا نفس ال-value بس هو موجود قبلك بسنين او حتى بسنة واحدة فا الطلبة هيقررّوا يقدموا فى التانى عشان سمعته و عشان له تاريخ وانت لسه بتجرب ..

ومش هيجولك انت غير لما تثبت نفسك و دى هتحتاج وقت او انك تبقى مميز .. بتقدم حاجة محدش بيقدّمها غيرك, ايوه خليك purple cow و ساعتها الناس هتجيلك على طول



# طوب إزاي تبقى purple cow

اختار مجال او value معينة مفيش اك student activity  
فى الجامعة بيقدّمها و الطلبة يكونوا محتاجينها .. و قدّمها  
انت

1

اختار مجال ميبيقاش فى حد سبقك فيه ولا ليك competitors  
و ساعتها الناس هى اللى هتجيك عشان انت عندك الحاجة اللى  
مش عند حد

## 2 شوف الناس بيعملوا ايه .. ومتعملش زيهم 8

زى ما احنا متعودين لما بنيجى نعمل حاجة جديدة بنشوف الناس بيعملوا ايه و نعمل زيهم .. لآ المرة دى اوعى تعمل كده المرة دى شوف ايه الناس معروض يعملوه او نسيوا يعملوه و اعمله انت .. و هنا انا مش قصدك على المجال او value الى هتقدمها انت خلاص المفروض حددت المجال و value المختلفة الى هتشتغل عليهم

انا اقصد هنا الطريقة الى هتوصل بيها value بمعنى ان مثلا معظم student activities بيعملوا نفس الطرق الى بيعملوا بيها recruitment و نفس الطرق الى بيقدموها بيها value الى عندهم من خلال sessions و workshops لكن انت عشان تبقى مميز لازم تعمل الى هم معمولوهاش اول ما تلاقى الناس كلها رايحة فى حقة .. روح انت حقة تانية خالص مش الى هو تلاقىهم بيعملوا sessions تعمل sessions .. فى رمضان بيعملوا شنت تعمل شنت .. بيدبحوا فى العيد تدبح !

أكید اول student activity فکر یدی sessions أو فکر یعمل شنت  
رمضان او یدبح فی العید هو الی ممیز لکن اک حد بعد کده بیبقی  
عادی فی نظر الناس لانه معملش حاجة جدیدة

### 3 متمشیهاش بالحب

بعد ما تقرر إنک تبقی purple cow و تعمل الی محدش بیعمله  
غیرک اوعی تغلط الغلطة الی بتوقع اماکن کثیر  
اوعی متحددش لنفسک vision و mission و strategy واضحة  
عايز تنفذها و objectives لازم تحققها  
لو معملتش الحاجات دى فا انت مش هتکمل و مش هتوصل لحاجة ..  
لأنک اصلا مش محدد لنفسک انت عايز توصل لفین  
لازم تحدد الحاجات دى و کل فترة تتأكد انت ماشى صح و بتنفذهم  
ولا لأ

و لازم ڪمان تبقي محدد image الى عايز تظهر بيها قدام الناس  
image من اول behavior بتاعك الى هتصرف بيه مع ال  
stakeholders مروراً بالـ visual identity الخاصة بالـ logo والـ  
brand color لحد tone اللي هتتكلم بيها على الـ social media  
و الـ position الى انت عايز تبقي موجود بيه فى دماغ الناس  
لازم تبقي محدد كل ده وانت founder او president لـ student  
activity

## Quick TIP

متبقاش overacting student activity يعنى اه لازم تكون  
منظم و تعمل الحاجات الى فوق دى بس بلاش تبقي معقد الدنيا ..  
فى الاخر ده student activity معمول عشان الناس تتعلم



## 4 إعمل علاقات مع اللى حواليك .. كمكان مش كأشخاص

عشان تبقى student activity ناجح لازم يبقى ليك علاقات ناجحة  
بالـ student activities اللى حواليك وده لأسباب كتير أهمها إن انتوا  
كلكوا موجودين عشان تفيدوا الطلبة فا لازم يبقى فى تعاون بينكوا  
التعاون ده هيفيدكوا لأن لو أكثر من student activity قررنا ينظموا  
event أكيد هيطلع بشكل أحسن ما ينظمه student activity واحد  
بس .. ده غير أنك مينفعش تبقى معزول عن الـ community بتاعك  
عشان لو حصل اى updates تكون عارضا

## 5 لو انت احسن واحد فى الـ image و الـ appearance و السُّمعة بس مبتقربش من الـ vision بتاعتك .. تبقى فاشل !

انت مش هتبقى احسن واحد عشان شكلك كويس .. انت هتبقى احسن واحد عشان بتعمل حاجة كويسة

لو انت بتعمل events و campaigns حلوة جدا بس مبتقربكش من الـ vision بتاعتك يبقى كل اللى بتعمله ملوش لازمة

لأنك مش هتستفيد حاجة لو الناس بيقلولوا عليك انك كويس بس انت مبتقربش من الـ vision بتاعتك يوم بعد يوم

لأن لو فضلت مبتوصلش للـ vision بتاعتك شوية بشوية الناس هيلاقوك مبتعملش حاجة جديدة و مبتحققش حاجة فا هيبتدوا يغيروا رأيهم فيك

وعشان كده كل حاجة بتعملها مهما كانت صغيرة شوف الاول هى بتخدم الـ mission و الـ vision بتوعك ولا لا

وحاول تقلل من الحاجات اللى مبتخدمش الـ vision بتاعتك حتى لو هتخلى شكلك حلو قدام الناس

## 6 إوصل للـ thought leaders فى مجالك

حاول دائما توصل للـ thought leaders اللى فى نفس المجال بتاعك بس بره الـ community بتاع الـ student activity يعنى لو انت student activity المجال بتاعك entrepreneurship حاول توصل لشركات و منظمات متخصصة فى المجال ده و تتعامل معاهم و تعمل معاهم علاقات قوية و كمان توصل لـ entrepreneurs و رجال اعمال مشهورين و ممكن يساعدوك بإنهم يحضروا events بتاعتك مثلا او انهم يبقوا sponsors ليك .. بس حاول تعمل ده بطريقة inbound من خلال انك تحاول توصل لناس اصلا الـ vision بتاعتهم شبه الـ vision بتاعتك و هم هتلاقىهم بيساعدوك من نفسهم و قبل ما تفكر انك ممكن تستفيد منهم فكر ازاى تفيدهم , ايوه انت تقدر تفيدهم , فكر بس شويه و هتوصل .



## 5 انتشار:

الانتشار هنا أقصد بيه ال Branching

بعد ما تعمل ده كله و تثبت نفسك فى الجامعة و سمعتك تبتدى  
تزيد حاول تعمل فروع تانية من ال student activity بتاعك فى  
جامعات تانية

وده هيخدمك جدا فى انك تحقق ال mission بتاعك بشكل أسرع  
لأنك هتوصل لناس اكثر و ده أكيد بدوره هيخدم ال vision بتاعك  
وكم ان هيزود ثقة الناس فيك و هيزود شهرتك و سمعتك  
بس اهم حاجة الاول انك تثبت نفسك فى مكانك الاساسى عن طريق  
التأثير الحقيقي اللي انت هتعمله و بعد كده تبدأ تنتشر عشان يبقى  
عندك اساس قوى تتسند عليه

فى الـ Chapters 2 الى جايين هنتكلم عن ازاك يبقى عندك  
team قوى جداً سواء من ناحية الـ leaders او الـ members لأن  
من غير team قوى شغله مضبوط مش هتقدر تبقى Inbound  
. Student Activity

فى الـ chapter الى جى هنتكلم عن أحسن طريقة تتعامل بيها جوا  
الـ student activity لو انت الـ head او الـ director أو أى position  
أعلى من member و أقل من president .



**SUPER LEADER** ازای تبقی

**STUDENT ACTIVITY** جوه ال

لو انت head او director او VP او فى position اعلى من member و اقل من president جوال student activity و عايز تبقى leader زى ما الكتاب بيقول فا chapter ده ليك

فى chapter ده هتعرف احسن طريقة تتعامل بيها مع 3 مستويات جوال student activity :

## THE HIGHER STREAM

1

وده ال level الى فيه كل الناس الى اعلى منك و بيشرفوا على شغلك

## YOUR OWN STREAM 2

وده فيه الناس اللي فى نفس الـ level بتاعك يعنى كلهم  
heads مثلا لو انت head أو كلهم VPs لو انت VP وهكذا

## THE LOWER STREAM 3

ودول الناس اللي انت بتشرف عليهم يعنى لو انت head فا  
الـ lower stream بتاعك هم الـ members مثلا

طيب نبدأ نشوف هتتعامل ازاك مع كل level جوال الـ student activity



# HIGHER 1 STREAM

مبدأيا انت leader أول حاجة لازم تبقى حاططها فى  
دماغك هى الـ bigger picture  
بمعنى انك تبص على الـ objectives بتاعة المكان كله رايحة  
فين و تبتدى تخلق الـ objectives بتاعة الـ committee  
بتاعتك ماشية معاها .. لأن فى النهاية انت بتشتغل عشان  
الـ student activity ككل مش للـ committee بتاعتك  
بس، ف لازم تبقى حاطط فى دماغك دايمًا الـ strategy

بتاعة المكان و تبتدى تحت objectives تحققها من خلال ال  
committee بتاعتك عشان فى الاخر تحقق ال strategy بتاعة

ال student activity

ولازم دايماً لما تبقى محتاج مساعدة او فى معلومات عندك  
ناقصة تروح تسأل ال head بتاعك او الشخص اللى فى ال position  
اعلى منك لأن هو موجود اصلاً فى ال position ده عشان  
يساعدك و يشرف عليك

كمان حاول انك تفضل دايماً بتفكر ازاي هتطور ال Student  
Activity بتاعك و اتعلم ازاي تعرض فكرتك و توصلها صح  
عشان متظلمهاش لأن ده هيخليك فى نظرهم leader فعلاً  
خايف على المكان ومش بس واحد بيستنى ياخد task عشان  
ينفذها او rule ويمشى عليها وخلاص  
فا حاول تسبب بصمتك مع ال higher stream

# YOUR OWN 2 : STREAM

و level ده هو عبارة عن علاقتك بالheads او ال  
directors او leaders عموما اللى معاك فى نفس ال

student activity

علاقتك بالlevel ده لازم تكون متقسمة  
ل3 حاجات اساسية



coordination

1

لازم يكون فى بينك و بين باقى الboard بتاعك  
coordination عشان انتوا فى الاخر بتخدموا نفس المكان  
فا لازم يكون فى بينكوا تنسيق و تنظيم عشان تعرفوا توصلوا  
لأحسن نتيجة من شغلکوا

خصوصا ان فى committees كتير بيبقى شغلها معتمد  
على شغل committees تانية

زى مثلا marketing committee و الIT بيبقى شغلهم  
معتمد على بعض لأن الmarketing مش هيشغلوا على

الـ social media من غير الـ designs اللى بيعملها الـ IT و الـ  
media او يعنى الـ committee اللى مسئولة عن الـ designs  
عموما

فا بيبقى لازم نظام معين يمشوا عليه عشان يعرفوا ينسقوا  
بينهم و يطلعوا شغل مضبوط





## communication

# 2

بره الشغل لازم يكون فى بينك و بين الboard تواصل كده  
متبقوش منعزلين عن بعض و كل علاقتكوا شغل وبس  
وده بيسهل جدا الشغل بينكوا لو انتوا بره الشغل عارفين بعض  
و بتتكلّموا فا مش هيبقى فى مشاكل بينكوا جوا الشغل  
لأنكوا هتلاقوا نفسكوا بتحلو مشاكل بعض و بتحسوا بعض  
فا لازم يكون فى communication بينكوا دايما  
وده ممكن يحصل من خلال انكوا تعملوا outings مثلا بينكوا  
او انت leader مع leader بتاع committee تانية انك  
تأخذ الteam بتاعك و تروحوا تحضروا meetings مع ال  
committee بتاعته عشان تتعلموا حاجة جديدة و يبقى  
فى تعاون بينكوا

### 3 competition

اه طبعا زى ما المفروض يبقى فى بينكوا تعاون و تنسيق  
و علاقات حلوة بره وجوا الشغل .. انتوا لازم يبقى فى بينكوا  
منافسه عشان كل واحد يطلع احسن شغل عنده  
لازم كل leader فى الـlevel بتاعك يداول يثبت نفسه بشغله  
و شغل الـcommittee بتاعته بس أهم حاجة ده ميكونش  
على حساب شغل الباقين  
يعنى مينفعش انا عشان اثبت انى احسن leader اداول ابوظ  
شغل الـleaders الباقين او اطلعهم فى شكل وحش



و ده غير انه حاجة مش اخلاقية ومش كويسة هو كمان هياثر  
على شكل و شغل الـ student activity كله  
لأن انت لو احسن leader جوا student activity شغله واقع  
ومنظرة قدام الناس وحش .. الناس مش هيقولوا انك احسن واحد  
هم هيقولوا انك واحد من اللى شغالن فى المكان اللى شغله  
وحش  
فا لازم تخلص بالك من الحقة دى كويس اوى



# YOUR LOWER 3

## 8 STREAM

دى تعتبر اهم حاجة لازم تركز عليها و انت leader لآنك مش  
هتبقى leader حقيقى غير لو الناس اللى تحتك بقوا  
شايفينك leader فعلا ومقتنعين بيك

أول حاجة انت لازم تاخذ بالك منها قبل ما تجيب الـ team بتاعك  
اصلا هي الـ team size و الـ team mix

فى الـ team size انت لازم تبقى عامل حسابك ان عدد الـ  
members اللى شغالين معاك ميكونش أقل من اللى انت  
محتاجه عشان تقدر تنفذ شغلك ولا يكون أكثر منه عشان فى  
الحالتين ده هياذى الشغل

اما بقى الـ team mix فا مبدأيا انت لازم تبقى عارف ان كل  
team فيه واحد شخصيته مهيبرة و مطرقة و واحد عاقل و  
هادى و واحد over qualified و واحد مش qualified اوى  
و هكذا

واللى انت لازم تعمله انك تعمل mix بين كل الانواع فى ال-  
team متخليش الteam كله مكون من النوع المطرقة ولا  
النوع الهادى مثلا حتى لو انت بتحب تتعامل مع نوع واحد بس  
من الشخصيات دى لأن ده هيضر الشغل وانت هتلاقى نفسك  
محتاج تنوع شخصيات فى الشغل لأن كل واحد هتلاقيه أحسن  
واحد فى حته معينة فى الشغل

بعد ما تجيب الteam بتاعك اللي هتشتغل معاه و تخلص بالك  
من الteam mix و الteam size

دول 9 حاجات لازم تركز عليهم جدا وانت  
بتتعامل مع الـmembers او الـteam  
work بتاعك عموما عشان تطلع منهم  
أحسن نتيجة

## 1 خلى الـ JD واضح

Job Description بتاع كل واحد فى الـteam يكون واضح  
وتكون مفهمه هو ايه المطلوب منه بالضبط و ايه اللي لازم  
يعمله .

عشان لو عملتش كده هيفضلوا تايهين ومش عارفين يعملوا  
شغلهم صح

لو محطتش JD واضح متستناش نتايج من الـteam

## 2 خط rules محددة للـ team.. ونفذها قبلهم



الـ rules هي اللى بتحدد كل حاجة فى الدنيا  
و عشان كده لازم يبقى فى rules واضحة  
ومحددة يمشى عليها كل الـ team و  
أولهم انت كـ leader لازم تنفذ كل  
الـ rules قدامهم عشان يقتنعوا بيها  
و ينفذوها

من الـ rules المهمة مثلا الو انت مديهم task ينفذوها  
و ليها deadline محدد .. لازم يشوفوك انت كمان بتنفذ الـ  
rule دى

وبتعمل الحاجات اللى عليك فى معادها .. عشان يقتنعوا بالـ  
rule و يقتنعوا بيك كـ leader اصلا

من غير Rules الشغل مش هيمشى

### 3 وفر جو كويس للشغل و سهل طرق التواصل بينك و بين team

من اهم الحاجات الى لازم ال leader يعملها انه يخلي الجو الى يشتغل فيه ال team بتاعه مريح و يساعد على الشغل وعشان كده مهم جدا انك تسهل الطريقة الى انت وال team بتاعك هتوصلوا بيها لبعض مفيش طريقة محددة تعتبر احسن طريقة للتواصل .. كل team هو الى بيحدد الطريقة المناسبة ليه فى teams يحبوا يتعاملوا formal و الكلام بينهم و ال tasks بيكونوا على ال Emails و teams تانية ال tasks بتتبعثهم على ال Whatsapp ..

شوف ال team بيدب يشتغل ازاك و شغله

## 4 اشحن الـteam

بعد ما توضح الـ JD و تحط الـrules و تحدد طريقة تواصل بينكوا سهلة ابتدى اشحن الـteam بتاعك على الشغل بقى

انا مبتكلمش على التحفيز لأنك ساعتها هتبقى عامل زي مدربين التنمية البشرية (مع كامل الاحترام) هتدفعهم 48 ساعه و بعد كده شكراً، اللي اقصده هنا انك تزرع Transformation Ideas في دماغهم , انك تفهمهم يفكروا ازاي و يبصوا للحاجات اللي حوالينهم ازاي ,ايوه , الـ

Mission و الـVision

اربط كل الافكار اللي هتزرعها في دماغهم بالاتنين دول و انت  
مصدقهم

من الاخر ظبط team و هو هيظبط الشغل

## 5 خمس team

ايه ده هو فى فرق بين اشحن team و خمس team !

اه طبعا D:

خمس team بقى على انهم يطلعوا احسن ما عندهم

مش مجرد بتديهم tools وكده

ابتدى اعمل تحديات بينهم فى tasks معينة مثلا و كافى

احسن حد عمل task



اعمل مكافأة لكل واحد يعمل حاجة من غير ما تكون مطلوبة  
منه عشان كلهم يتشجعوا يعملوا حاجات أكثر من الحاجات اللى  
لازم يعملوها

حمس team و أوعدك بنتائج متقدرش تتخيّلها

## 6 اعمل Brainstorming

حاول دايماً تشرك team فى الحاجات المهمة اللى بتتعمل  
و تجمعهم و تعملهم brainstorming

لما بتعمل كده كل واحد فى team بيحس انه رأيّه مهم  
و بيبقى عنده فرصة يطلع افكاره و يبدع و طبعا شغلك (ايّاً  
كان) هو المستفيد فى الآخر

لأنك بكرة هتظبط الـ communication بين الـ members  
اللى فى الـ team  
و هتعودهم انهم دايما يكونوا بيذكروا و يطلعوا افكارهم لأن  
الافكار هتجيب بعضها  
او لو فى حد عنده فكرة مش كاملة ممكن فكرة تانية تتقال  
تكمل عليها  
و هيبقى عندك فى الاخر بنك افكار لو مستخدمتوش دلوقتى  
هتستخدمه بعدين

و عشان تعرف ازاى تعمل brainstorming دى article  
نزلناها قبل كده كتبتها **Mirvat Al-Qutt**

## خطوات عشان تعمل ل Brainstorming

# 5 فيها

**1** لازم يكون في Leader لـ Brainstorming عليه مجموعة مسئوليات منها انه يدير الحوار وكم ان هو المسئول انه يعرف المشكله اللي عاوزين نحلها ويتأكد انها واضحة للجميع ويقول كل ال criteria اللي المفروض ناخذ بالنا منها واحدنا بنفكر في الحلول وكم ان يبقى واخذ باله جدا ان الحوار يفضل مركز على المشكله.

**2** لازم يبقى في حد مسئول عن كتابة كل الاقتراحات سواء في ورقة او يفضل استخدام flip-chart او white board عشان كل الافكار تبقى قدام عين كل الناس.

3


المشاركين في الـ Brainstorming ليهم وظيفتين  
 ملهوش تالت يا اما بيقترح فكرة او يبني على فكرة اتقالت  
 من حد ثاني

4

ممنوع منا باتاً انتقاد الافكار او تقييمها تحت اي ظرف  
 لان ده بتعارض مع فكرة الـ Brainstorming اللي اساساً  
 مبنية على كثرة الافكار حتى لو كانت مجنونة او غير عملية  
 لكن المهم نفضل نطور في الافكار لحد ما نوصل لفكرة عملية  
 ممكن نطبقها ... لكن ممنوع رفض اي فكرة لاي سبب.


5

يفضل ان المشاركين يبقوا ليهم تخصصات واهتمامات  
 مختلفة لان ده بيعمل ثراء للأفكار والحلول.



لو اتبعت الشروط اللي فوق ديه اكيد هتوفر وقت كثير وكمان  
هتسمتع وانت بتعمل ال brainstorming مع ال Team  
بتاعك واكيد هتلاقى نفسك استفادت ووصلت لافكار جديدة  
Creativeg

ومتنسوش ان ال environment اللي بتعمل فيها ال  
brainstorming لازم تكون informal وكل المشاركين يبقوا  
relaxed وياريت تزود ال brainstorming في الأول ببعض  
ال Keywords اللي ممكن تساعد الناس انها تبدأ تفكر وتبدع  
... وخذ بالك لما الناس بتبقى مشاركة في اقتراح creative  
solutions لحل المشكلات بيقو ملتزمين اكر في تطبيق  
الطول ديه ... واخيراً حاول وانت بتعمل كده تستمتع مع ال  
Team بتاعك.



# 7 متكلمش عن نفسك كثير :

حاول دائما لما ال team يعمل حاجة كويسة تديله حقه فى الكلام متقولش انا عملت كذا .. قول ال team بتاعى عمل كذا فى ناس كثير بيوقعوا فى الغلطة دى من غير قصد بس دى من اكثر الحاجات اللى بتضايق اك team و بتخليه مبيعملش شغله كويس

عشان شايف ان الفضل بيتنسب لواحد بس .. حتى لو ال leader مش قصدو انه يعمل كده

ادى ال team حقه .. هيديك احسن حاجة عنده ;)

# 8 خليك مرن

كل leader المفروض يبقى مرن ،  
ويمكن دى من اهم الحاجات اللى بتفرق ال  
leader عن ال manager

ال leader لازم يكون مرن فى تصرفاته و تعامله مع ال team  
و كلامه

يستخدم مثلا جمل زى « ايه رأيكوا نعمل كذا » او « يلا بينا  
نعمل كذا »

بدل ما يقول « احنا هنعمل كذا » و « روحوا اعملوا كذا »

ال leader لازم يبقى مرن و قريب من ال team بتاعه

انت مش هتبقى leader غير لو ال team رضى بيك .. مش  
عشان مكانك leader عليهم و خلاص

## 9 فرّق ما بين الشغل و الهزار

ماهو مش عشان هتبقى مرن و قريب من team يبقى  
تسيب الموضوع سايب كده

لأ فرق ما بين الشغل و الجد و الهزار و انهم يبقوا صدك

بره الشغل خليك قريب من team و خليه صدك وكل  
حاجة

لكن جوا الشغل .. الشغل شغل :

ال9 خطوات دول اكد ممكن تزود عليهم حاجات تانية كثير بس  
دول يعتبروا اهم حاجات لازم تعملهم عشان تبقى leader  
كويس جدا و عشان تطلع من team بتاعك أحسن شغل  
عندهم و بجد لو عملت كده مع team بتاعك هيبقى  
عندك team ملوش حل .. عن تجربة .



لوانت member فى اى student activity و عايز تبقى member فارق جدا مع المكان والشغل مبيمشيش من غيرك و عايز تبقى Best member من الاخر فالchapter اللى جى ده ليك .

مبدأيا لازم تبقى عارف ان اى member عشان يتعمله evaluation هج بيتصله من ناحيتين .

ناحية الpersonality و ناحية technicality

و الجزء الpersonality بكون زى ماهو واضح من معنى الكلمة تركيز على شخصية الmember فى الشغل .. سواء هو flexible فى التعامل مع باقى الmembers وال leader بتاعه ولا لا

او هو committed وعنده loyalty ولا لا وهكذا

اما جزء ال technicality فا بيبقى تركيز على الشغل أكثر من الشخصية .. يعنى بيبقى تركيز هل ال member ده بيعمل ال tasks بتاعته بـ quality عالية ولا لا .. او مثلا بيسلم شغله قبل ال deadline ولا لا وهكذا و طبعا بجانب ال qualifications اللى بتبقى متحددة اللى المفروض تكون موجودة فى ال members بتوع كل committee





GOCH.  
05

إزاي تبقى **MEMBER**

الشغل مينفعش من غيره !

الكلام الى جى هو عبارة عن list فيها 10 حاجات  
اساسية لو عايز تبقى studentactivity\member  
كله بيتكلم عنه

## 1 خلى بالك من الdeadline

من اهم مشاكل الmembers فى الstudent activities  
هو التأخر فى تسليم الtask قبل الdeadline و بتبقى  
سبب مهم على فكرة من اسباب ان members بيبقوا  
شغالين كويس جدا بس مبيأخدوش best member و- دى  
حصلت معايا شخصيا قبل كده -

الفكرة هنا ان فى ناس بتلاقى عندها وقت كبير فا بيفضلوا  
ياجلوا فى الشغل لحد ما الوقت يبقى ضيق و يلاقوا نفسهم  
اتزنقوا فا بيعملوا الشغل بquality أقل يا اما بيعتوا الtask  
بعد الdeadline

عشان كده لازم اول حاجة تفكر فيها عشان تبقى best member انك تخلص task و تبعثها قبل deadline بوقت كبير وتسال ال leader بتاعك اذا كان شايف اى تعديلات ممكن تتعمل على task عشان لو قالك على تعديلات ترجع تظبطها و تسلمها تانى قبل معاد ال deadline

## 2 امشى على ال rules

كل ما تكون مهتم بتنفيذ ال rules أكثر كل ما شغاك هيكون احسن وهيبان أكثر ، لأن ال rules مش بتكون محطوة عشان تذكرك .. دى محطوة عشان تنظم الشغل ، فا امشى على ال rules عشان تطلع شغل مضبوط .. وأكيد العكس صحيح يعنى لو ممشيتش على ال rules مش هتطلع شغل مضبوط و هيبقى عندك مشاكل دايما مع باقى ال team و مع ال head بتاعك فا خلى بالك اوكى من الحقة دى



## المرونة فى التعامل مهمة جدا

# 3

انت هتتط مع team ممكن يكون كل الـmembers الى فيه اول مره تشوفهم و عشان كده لازم تتكيف مع الوضع بسرعة وتداول تتعامل مع كل واحد فى المكان على حسب شخصيته

و تقدّر كمان ان كل واحد ليه أسلوب و طريقة مختلفين فى الشغل و كمان كل وكل واحد هيكون له شخصية مختلفة حسب الـteam mix الى قولت عليها فى 3 chapter

فا لازم تتعامل مع كل واحد من الـmembers البقاين و الـleader بتاعك كمان حسب الطريقة الى تناسب كل واحد و تتعامل بطريقة friendly مع الكل وطبعا فى حدود الاحترام المتبادل بينك و بين الكل عشان تقدرؤا تطلعوا باحسن نتايج فى الشغل و كمان عشان انت بالنسبالهم تبقى بنى آدم مريح فى التعامل وده هيسهل عليك انك تبقى best member

## 4 دائماً خلى عندك رأى مهم

حاول دائماً فى اى meeting او brainstorming او فى اى وقت عموماً يكون عندك رأى مهم تقوله للـ leader بتاعك او لباقى الـ team و يكون الرأى ده valuable فعلاً و يستحق انه يتسمع لما تعمل كده انت بتعمل positioning فى دماغ باقى الـ committee او الـ student activity كله انك دائماً عندك أفكار و آراء مهمة و هم هتلاقىهم بيحبوا يسألوك و يسمعوك و بيحسوا انك مميز عن باقى الـ members اللى كل علاقتهم بالشغل انهم بياخدوا task و ينفذوها , كل ده بقى مش هيحصل الا لو فكرت

عارف انه مش اختراع بس افكر معاً بأمانه كده امتي اخر مره فكرت قوي , ساعتين متواصلين مثلاً , ماشي

## 5 اعمل اللي مش عليك

حاول دائما بعد ما تعمل task اللي عليك انك تعمل شغل اضافي مش مطلوب منك و هيفيد المكان .. سواء الحاجة الزيادة دي هتعملها تبع نفس الcommittee بتاعتك او تبع committee تانية جوال student activity المهم انها تكون حاجة بتخدم المكان فى الاخر و ياسلام لو فكره جديده محدش فكر فيها و تقدر تعملها بمجهود صغير يمكنك انك تعرضها بعد متعملت مش و هي لسه فكره , خلي بالك ان 99% من الافكار اللي بتموت بتموت لكونه فكره .. بس طبعا لازم تعمل ده بعد ما تكون عملت اللي مطلوب منك الاول لأن مش طبيعى ابدأ انك تعمل اللي مش عليك و متعملش اللي عليك !



## 6 اعمل علاقات قوية فى المكان

الناس يحبوا الشخص sociable اللى بيتعامل مع الكل و ليه علاقات قوية جوا المكان

حاول تكون انت الشخص المحبوب ده .. اعمل علاقات قوية بباقى الـ members اللى معاك جوا الـ committee و اللى فى الـ student activity كله عموما

لو عملت كده هتظهر أكثر عن باقى الـ members و هتبان انك شخص بيدب يتعامل مع الناس كلها و هيبتردى الكل يبص على شغاك لما يلاقى شخصيتك كويسة ولما يبصوا ويلاقوا شغاك كمان كويس هيبقوا حاطين فى دماغهم انك member مش عادى



## 7 اثبت ولاءك وإلتزامك للـ team و للـ student activity كله

وانت شغال هتتخط فى مواقف تختبر إلتزامك وإنتمائك للمكان و انت لازم تثبت انك loyal و committed للمكان و بتفضله على الطاجات الثانية الاقل فى الاهمية وتثبت ان الـ team بتاعك من أولوياتك .

وده هيبان من تعبك وشغلك و خوفك على الشغل و الحقة دى هتفرق معاك جدا لو عايز تبقى Super member .  
او على تظهر فى اى وقت عكس كده لأن ده مش هيكون فى مصلحتك .

## 8 متديش أمثلة .. خليك انت المثل !

فى الطبيعى لما حد بيلاقى الشغل بايظ او فى حاجة مش عجابه او عايز يقول حاجة جديدة انها تتعمل فا بيقول لباقى الـ team « احنا ممكن مثلا نعمل كذا كذا »

لا بقى انت المفروض متعملش كده .. متديش أمثلة و روح اعمل انت الحاجة اللى عايز الباقيين يعملوها و كون بالنسبالهم مثال حى على اللى انت عايزه و هتلاقىهم ساعتها هم بيعملوها ده من نفسهم

او على الاقل هيبقوا متقبلين منك النصيحة لأنك طبقتها على نفسك مش بتنظر عليهم و خلاص

## 9 ساعد الباقيين ينجحوا .. عشان تنجج

لازم تبقى عارف ان نجاحك معتمد على نجاح الباقيين خصوصا لو انت ساعدتهم في نجاحهم ده



فا لازم دايما تبقى مصدر حماس لباقي ال team و تساعدهم في اى حاجة ممكن

تساعدهم فيها وأى member

ولازم تبقى problem-solver و

supporter لباقي ال team

لما تعمل كده كل ال committee هيبقوا شايفين انك احسن

واحد فيهم لأنك بتساعدهم فعلا

و عشان كده اوعى تداول انك تبان أحسن واحد من خلال انك

تداول تفشل باقى ال members و تبوظ شغلهم لأنك بالشكل

ده عمرك ما هتوصل لحاجة

# be Proactive 10

عشان تبقى Super member لازم تبقى active متستناش حد يطلب منك task عشان تشتغل, فكر انت ايه اللي المفروض يتعمل و اعمله قبل ما حد يطلب منك انك تعمله

احضر meetings مع committees تانية واتعلم منهم ودول تبقى multi-tasker وبتساعد فى أكثر من committee

فكر دايما ازاي تحسن من شغلك و روح اقرا و اتعلم من نفسك الحاجات اللي ممكن تاسعدك فى انك شغلك يبقى أحسن تعامل و بين لكل الـ student activity انك فعلا عايز تعمل حاجة مختلفة وانك مش member عادى

الـ 10 حاجات دول عن تجربة هيخلوك فى أحسن مكان جوا الـ student activity طبعا ممكن تزود عليهم أكثر بس دى الحاجات الاساسية اللي فعلا من خلالها تقدر تبقى member مش عادى

# CONCLUSION

لو طبقت الكلام ده على student activity بتاعك أوعدك انك هتتحول ل inbound student activity فى وقت قليل جدا وهتقق نتايج مبهرة انت مكنتش تتوقعها فا حاول تستفيد بكل كلمة لأن ال ebook ده مكتوب عن دراسة و خبرة وتجربة

كده الكتاب خلص ..

# REFERENCES

**MY OWN EXPERINCE**

**HUBSPOT**

**AHMED BASYIONY**

**"X PROJECT'14 PRESIDENT"**

**ABDELMONEM MOHAEMD**

**"XPROJECT'14 VICE PREISEDNT "**